

**HUBUNGAN PERUBAHAN DESAIN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Dealer Yamaha Budi Utama Motor Delanggu)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat Guna
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

RIZKI AJI KISMA

B. 100 030 110

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2007

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, telah membaca usulan penelitian dengan judul:
**Hubungan Perubahan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen “(Studi Kasus Pada Dealer Yamaha Budi Utomo Motor
Delanggu)”**

Yang ditulis oleh : **RIZKI AJI KISMA** (B. 100 030 110)

Penandatanganan berpendapat bahwa usulan penelitian tersebut telah memenuhi
syarat untuk diterima

Surakarta, April 2007
Pembimbing Utama

(Drs. Sri Padmantyo,MM)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi,

(Drs. Syamsudin, MM)

MOTTO

Allah tidak membebaniseseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya

(QS. Al Baqarah : 286)

“Jiwaku adalah sahabatkanku yang selalu menasehatiku
dalam nestapa dan derita hidup ini”

(khalil Gibran)

“Keinginan untuk mencapai kehidupan yang diharapkan dimasa depan akan
dapat lebih mudah diraih apabila didukung oleh orang-orang
di sekelililingmu yang disayangi- Nya”

(Khalil Gibran)

PERSEMBAHAN

Seiring dengan sembah sujudku kepada-Nya, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada :

- ? Bapak dan Ibu yang telah memberikan kasih dan sayang
- ? Saudara – saudaraku semua
- ? Almamaterku

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Hubungan Perubahan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian konsumen (Studi Kasus Pada Dealer Yamaha Budi Utama Motor Delanggu).

Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulisan skripsi ini tentu saja tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Syamsudin, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. H. Sri Padmantlyo, MM. selaku pembimbing skripsi dan juga selaku Kajur Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang disela-sela kesibukannya masih bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Drs. Imronudin, selaku Pembimbing Akademik yang telah memberi waktu penulis dan membimbing penulis kuliah di fakultas elonomi jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak dan Ibu yang telah memberikan dorongan baik bentuk materi maupun semangat.
5. Thank's to saudara-saudaraku yang selalu mendukung saya, walaupun kadang-kadang nge-gemezin dan bikin emosi.
6. Fakultas ekonomi jurusan manajemen, khususnya kelas C, terima kasih sudah mau nemenin, dorongan setiap langkah yang Rizki ambil.
7. Thank's for all Terima kasih atas pengorbanan kalian untuk mendukung saya.

Akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan sebagai karya ilmiah, maka pikiran dan saran dari rekan-rekan akan penulis perhatikan sebagai bahan penyempurnaan dari penulisan skripsi ini, penulis berharap semoga skripsi dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkannya. Amien

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, April 2007

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK	xiii
ABSTRAKSI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Skripsi	5
BAB II TIJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Pemasaran	7
B. Pembagian Kerja	9
1. Pengertian produk	8
2. Konsep Produk	9
3. Tingkat (Level) produk	9
4. klasifikasi Produk	10
C. Desain Produk dan Perubahan Fungsi Desain Produk	11
D. Keputusan Pembelian Konsumen	18
1. Memahami Perilaku Konsumen	18
2. Proses Pengambilan Keputusan konsumen	19
3. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen	21

E. Kerangka Pemikiran	21
F. Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Ruang Lingkup Penelitian	24
B. Teknik Populasi, sample dan sampling	24
1. Target Populasi	24
2. Sampel	25
3. Teknik Sampling	25
C. Definisi Operasional	26
D. Instrumen penelitian	28
1. Uji Validitas	29
2. Uji Reabilitas	29
E. Sumber Data	30
F. Metode Pengumpulan Data	30
G. Metode Analisis Data	30
1. Analisis Diskripsi	31
2. Analisis Kuantitas	31
a. Uji Chi-Square	31
b. Analisis koefisien Kontigensi (Contingency coefisien)	33
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Profile Perusahaan	35
1. Sejarah Berdirinya Perusahaan	35
2. Lokasi Perusahaan	36
B. Organisasi Dealer Yamaha di Delanggu	37
1. Struktur Organisasi	37
C. Bidang Pemasaran	38
1. Target Penjualan	38
2. Produk Yamaha	39
D. Analisis Deskriptif	45
1. Deskriptif Responden	45

2. Tanggapan Responden mengenai desain produk	48
E. Uji Kuesioner	51
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reabilitas	55
F. Analisis Kuantitatif	57
1. Uji Chi-Square	57
2. Analisis koefisien Kontigensi	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran – saran	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel

3.1 Skor Jawaban Pertanyaan	28
4.1 Klasifikasi berdasarkan jenis kelamin responden	45
4.2 Klasifikasi berdasarkan usia responden	45
4.3 Klasifikasi berdasarkan jenis pekerjaan responden.....	46
4.4 Klasifikasi berdasarkan pendapatan responden	46
4.5 Klasifikasi berdasarkan waktu memakai motor.....	47
4.6 Distribusi frekuensi keputusan responden mengenai <i>Headlight</i>	48
4.7 Distribusi frekuensi keputusan responden mengenai <i>Frontmask</i>	48
4.8 Distribusi frekuensi keputusan responden mengenai shape break lamp...	49
4.9 Distribusi frekuensi keputusan responden mengenai <i>disc brake</i>	49
4.10 Distribusi frekuensi keputusan responden mengenai <i>body striping</i>	50
4.11 Distribusi frekuensi keputusan responden mengenai <i>monoshock</i>	50
4.12 Distribusi frekuensi keputusan pembelian responden	51
4.13 Hasil pengukuran validitas pertanyaan <i>headlight</i>	52
4.14 Hasil pengukuran validitas pertanyaan <i>frontmask</i>	52
4.15 Hasil pengukuran validitas pertanyaan <i>shape brake lamp</i>	53
4.16 Hasil pengukuran validitas pertanyaan <i>disc brake</i>	53
4.17 Hasil pengukuran validitas pertanyaan <i>striping</i>	54
4.18 Hasil pengukuran validitas pertanyaan <i>monosock</i>	54
4.19 Hasil pengukuran validitas pertanyaan pengambilan keputusan.....	55
4.20 Hasil pengukuran reabilitas variable	56
4.21 Distribusi frekuensi pembelian konsumen mengenai <i>headlight</i>	58
4.22 Distribusi frekuensi pembelian konsumen mengenai <i>front mask</i>	59
4.23 Distribusi frekuensi pembelian konsumen mengenai <i>brake lamp</i>	61
4.24 Distribusi frekuensi pembelian konsumen mengenai <i>disc brake</i>	62
4.25 Distribusi frekuensi pembelian konsumen mengenai <i>body striping</i>	63
4.26 Distribusi frekuensi pembelian konsumen mengenai <i>monosock</i>	64

4.27 Hasil analisis chi-square variable perubahan desain produk terhadap keputusan pembelian	64
4.27 Koefisien kontigensi antara variable desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen.....	66

DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK

2.1	Kerangka Pemikiran	21
4.1	Struktur organisasi	37
4.2	Chi-square variable <i>headlight</i>	58
4.3	Chi-square variable <i>front mask</i>	59
4.4	Chi-square variable <i>shape brake</i>	60
4.5	Chi-square variable <i>disc brake</i>	61
4.6	Chi-square variable <i>striping</i>	62
4.7	Chi-square variable <i>monoshock</i>	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A.	Data responden angket
Lampiran B.	Data tabulasi hasil (<i>try out</i>)
Lampiran C	Tabel dan langkah-langkah perhitungan uji validitas
Lampiran D.	Uji validitas
Lampiran E.	Data skor butir belahan ganjil dan genap
Lampiran F.	Tabel dan langkah-langkah perhitungan uji reliabilitas
Lampiran G.	Uji reliabilitas
Lampiran H.	Daftar responden
Lampiran I.	Data pokok kedisiplinan belajar (X_1), kemandirian belajar (X_2), dan prestasi belajar (Y)
Lampiran J.	Npar Test for Normality , Oneway for Linearity (X_1 - Y), Oneway for Linearity (X_2 - Y)
Lampiran K.	Regression
Angket	
Surat Ijin Riset	
Surat Permohonan menjadi Konsultan	
Surat Keterangan	

ABSTRAKSI

Penelitian yang berjudul “Hubungan Perubahan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Dealer Yamaha Budi Utama Motor Delanggu)” bertujuan untuk mengetahui hubungan perubahan desain produk terhadap keputusan pembeli konsumen, untuk mengetahui spesifikasi produk yang dihasilkan oleh Yamaha, untuk mengetahui minat konsumen terhadap produk Yamaha dan untuk mengetahui tanggapan konsumen tentang perubahan desain yang berupa *headlight*, *font mask*, *shaped brake lamp*, *disc brake*, *body striping* dan *monoshock* pada produk Yamaha.

Adapun variable yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam yaitu variable produk yang terdiri dari *headlight*, *font mask*, *shaped brake lamp*, *disc brake*, *body striping* dan *monoshock* dan variable keputusan pembelian. Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah: (1) Diduga terdapat hubungan signifikan antara perubahan desain produk yang berupa *headlight* terhadap keputusan pembelian konsumen. (2) Diduga terdapat hubungan signifikan antara perubahan produk yang berupa *front mask* terhadap keputusan pembelian konsumen. (3) Diduga terdapat hubungan signifikan antara perubahan desain produk yang berupa *shaped brake lamp* terhadap keputusan pembelian konsumen. (4) Diduga terdapat hubungan signifikan antara perubahan desain produk yang berupa *disc brake* terhadap keputusan pembelian konsumen. (5) Diduga terdapat hubungan signifikan antara perubahan desain produk yang berupa *body striping* terhadap keputusan pembelian konsumen. (6) Diduga terdapat hubungan signifikan antara perubahan desain produk yang berupa *monoshock* terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan analisis chi-square hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara perubahan desain produk yang berupa *headlight* terhadap keputusan pembelian konsumen H_1 terbukti. Berdasarkan analisis chi-square hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara perubahan desain produk yang berupa *front mask* terhadap keputusan pembelian konsumen H_2 terbukti. Berdasarkan analisis chi-square hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara perubahan desain produk yang berupa *shaped brake lamp* terhadap keputusan pembelian konsumen H_3 terbukti. Berdasarkan analisis chi-square hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara perubahan desain produk yang berupa *disc brake* terhadap keputusan pembelian konsumen H_4 terbukti. Berdasarkan analisis chi-square hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara perubahan desain produk yang berupa *body striping* terhadap keputusan pembelian konsumen H_5 terbukti. Berdasarkan analisis chi-square hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara perubahan desain produk yang berupa *monoshock* terhadap keputusan pembelian konsumen H_6 terbukti.

Kata kunci : *Headlight*, *Font Mask*, *Shaped Brake Lamp*, *Disc Brake*, *Body Striping* Dan *Monoshock*

